mediametrie

Levallois, le 26 février 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Janvier 2007

Wikipedia entre dans le top 10 des sites les plus consultés en France

28,3 millions d'internautes[1] en France en janvier 2007

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En janvier 2007, 28 340 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 54,3% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 6% en un an, de janvier 2006 à janvier 2007.

	Janvier 2007	Janvier 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**28 340 000** **soit 54,3% des Français**	26 716 000 Soit 51,6% des Français	+ 6%

Plus de 9 internautes à domicile sur 10 sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

19 573 000 internautes, soit 9 internautes à domicile sur 10 (90,3%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 22% par rapport à janvier 2006, une augmentation de 3 590 000 internautes en un an.

	Janvier 2007	Janvier 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**19 573 000** **soit 90,3% des internautes domicile**	15 983 000 Soit 82,6% des internautes domicile	+ 22%

Plus de 11 millions de foyers français ont accès à Internet

**Source : GfK / Médiamétrie - La Référence des Equipements Multimédias - 4ème Trimestre 2006 -
Copyright GfK et Médiamétrie - Tous droits réservés**

Au 4ème trimestre 2006, plus de 14 millions de foyers français (54,9%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 597 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 13% en un an.

Au 4ème trimestre 2006, 11,3 millions de foyers (44,3%) contre 9,5 millions (37,7%) au 4ème trimestre 2005, ont accès à Internet. Cela correspond à une progression de 1 784 000 foyers supplémentaires (+19%) par rapport au 4ème trimestre 2005.

	4ème trimestre 2006	3ème trimestre 2006	4ème trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**14 023 000** **soit 54,9 % des foyers**	13 510 000 soit 52,9 % des foyers	12 426 000 soit 49,1 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**11 316 000** **soit 44,3 % des foyers**	10 881 000 soit 42,6 % des foyers	9 532 000 soit 37,7 % des foyers

Le temps passé par visiteur unique[2] sur le web Applications Internet exclues[3]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En janvier 2007, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 25h52mn contre 22h27mn en décembre 2006 et 22h41mn en janvier 2006.

Le temps passé sur le web a augmenté de 3h11mn en un an de janvier 2006 à janvier 2007.

Pour la première fois, en janvier 2007, Wikipedia entre dans le top 10 des sites ayant enregistré la plus forte audience en France

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Applications Internet exclues - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En janvier 2007, Wikipedia est le 10ème site le plus consulté en France avec **7 971 000 visiteurs uniques.** Ceci représente une progression de 161% par rapport à janvier 2006, soit 4,9 millions de visiteurs uniques supplémentaires en un an.

33,5% des internautes ont consulté Wikipedia au mois de janvier 2007 contre 15,3% il y a un an.

De plus, les usages des visiteurs uniques du site Wikipedia sont également en forte hausse :

- Les internautes se rendent plus souvent sur le site puisqu'ils ont en moyenne visité le site 2,7 fois en janvier 2007 contre 1,8 fois en janvier 2006, soit près d'**une visite supplémentaire par visiteur unique et par mois en un an.**

- Par ailleurs, les internautes passent davantage de temps sur Wikipedia : en effet **les internautes ont passé 9mn29s en janvier 2007** soit 3mn51s de plus qu'en janvier 2006.

Les visiteurs uniques du site Wikipedia ont majoritairement plus de 35 ans : **près de 6 internautes ayant consulté le site de Wikipedia sur 10** (58,5%) **ont plus de 35 ans**, et près d'un quart (24 ,8%) ont plus de 50 ans.

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	19 152 000	20,1
2	MSN/Windows Live	13 882 000	12,3
3	Orange	13 617 000	15,2
4	Free	13 439 000	8,7
5	Yahoo!	10 888 000	10,0
6	PagesJaunes	10 595 000	4,4
7	Microsoft	9 962 000	3,5
8	eBay	9 453 000	8,8
9	L Internaute	8 765 000	3,4
10	Wikipedia	7 971 000	2,7
11	Voila	7 929 000	5,7
12	Mappy	7 418 000	2,3
13	TF1 Network(5)	7 021 000	6,3
14	Fnac	6 005 000	2,7
15	01net. Network(5)	5 968 000	2,8
16	Cdiscount.com	5 880 000	4,0
17	Lycos Europe	5 836 000	3,5
18	La Redoute	5 648 000	3,4
19	Groupe 3SI	5 460 000	3,3
20	Skyrock Network(5)	5 402 000	6,7
21	aufeminin.com Network(5)	5 335 000	2,5
22	voyages-sncf.com	5 147 000	2,4
23	M6 Network(5)	5 060 000	3,5
24	Amazon	5 034 000	2,5
25	Alice	5 013 000	6,8
26	Doctissimo Network(5)	4 726 000	2,1
27	Bestofmedia Network(5)	4 436 000	2,4
28	LA POSTE	4 360 000	6,0
29	AlloCine	4 301 000	2,7
30	PriceMinister	4 199 000	2,8

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Janvier 2007 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	19 218 000	17,9
2	MSN/Windows Live	16 176 000	18,7
3	Microsoft	15 843 000	7,8
4	Orange	14 191 000	16,8
5	Free	13 439 000	8,0
6	Yahoo!	11 170 000	9,4
7	PagesJaunes	10 595 000	4,2
8	eBay	9 453 000	8,2
9	L Internaute	8 765 000	3,3
10	Wikipedia	7 971 000	2,6
11	Voila	7 929 000	5,3
12	Mappy	7 418 000	2,3
13	TF1 Network(5)	7 021 000	5,9
14	Fnac	6 005 000	2,7
15	01net. Network(5)	5 968 000	2,7
16	AOL Media Network(5)	5 956 000	13,2
17	Cdiscount.com	5 880 000	4,0
18	Lycos Europe	5 836 000	3,3
19	La Redoute	5 648 000	3,4
20	Groupe 3SI	5 460 000	3,2
21	eMule	5 433 000	17,5
22	Skyrock Network(5)	5 404 000	6,2
23	aufeminin.com Network(5)	5 335 000	2,4
24	voyages-sncf.com	5 147 000	2,4
25	Apple	5 124 000	4,5
26	M6 Network(5)	5 060 000	3,4
27	Amazon	5 034 000	2,4
28	Alice	5 019 000	6,4
29	Real Network(5)	4 972 000	5,4
30	Doctissimo Network(5)	4 726 000	2,1

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)
1	Google	19 152 000
2	MSN/Windows Live	13 882 000
3	Orange	13 617 000
4	Yahoo!	10 888 000
5	PagesJaunes	10 595 000
6	L Internaute	8 765 000
7	Voila	7 929 000
8	Mappy	7 418 000
9	TF1 Network(5)	7 021 000
10	01net. Network(5)	5 968 000
11	Lycos Europe	5 836 000
12	Groupe 3SI	5 460 000
13	Skyrock Network(5)	5 402 000
14	aufeminin.com Network(5)	5 335 000
15	voyages-sncf.com	5 147 000
16	M6 Network(5)	5 060 000
17	Alice	5 013 000
18	Doctissimo Network(5)	4 726 000
19	Bestofmedia Network(5)	4 436 000
20	AlloCine	4 301 000
21	ViaMichelin	4 195 000
22	AOL Media Network(*)(5)	4 094 000
23	France Televisions	4 067 000
24	Club-Internet	3 850 000
25	LeGuide.com Network(5)	3 394 000
26	Clubic.com	3 390 000
27	commentcamarche.net	3 099 000
28	Dromadaire	2 893 000
29	Alapage	2 769 000
30	Shopping.com Network(5)	2 519 000
31	Le Monde	2 406 000
32	Boursorama Network(5)	2 088 000
33	Le Journal du Net	1 915 000
34	Groupe Express-Expansion Network(5)	1 805 000
35	Le Figaro	1 791 000
36	lastminute.com Network(5)	1 772 000
37	Caradisiac	1 700 000
38	nouvelobs.com	1 696 000
39	ZDNet	1 640 000
40	RTL Network(5)	1 392 000
41	Radio France	1 385 000
42	Expedia	1 360 000
43	achetezfacile.com	1 353 000
44	CNET~	1 351 000
45	Gruner + Jahr	1 321 000
46	Meetic	1 306 000
47	seloger.com network(5)	1 213 000
48	Newsweb Sports Network(5)	1 169 000
49	Monsieur Prix	1 161 000
50	Jeuxvideo.fr	1 152 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[(1)] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[(2)] **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une marque au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[(3)] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[(4)] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[(5)] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le

profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédia fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie devrait réaliser un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du panel Médiamétrie//NetRatings.
Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Laure Osmanian Molinero
Tél. : 01 47 58 97 55
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : losmanian@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr